

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada pelanggan restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya. Peningkatan kepercayaan pada pelanggan akan meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya.
2. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya. Peningkatan kepuasan pada pelanggan akan meningkatkan Loyalitas pelanggan pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya.
3. Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya. Peningkatan Loyalitas pelanggan akan meningkatkan upaya menyampaikan pesan kepada orang lain mengenai pengalamannya setelah makan di restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya.
4. Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap *Word of Mouth* pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya. Peningkatan kepercayaan pelanggan tidak akan berpengaruh pada peningkatan upaya penyampaian pesan oleh pelanggan kepada orang lain.
5. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth* pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya. Peningkatan kepuasan pada restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya akan meningkatkan upaya menyampaikan pesan kepada orang lain

mengenai pengalaman kepuasan pelanggan setelah makan di restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya.

6. Loyalitas memediasi secara penuh hubungan pengaruh Kepercayaan terhadap *Word of Mouth*. Loyalitas sebagai mediator berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*. Peningkatan Loyalitas dengan akan meningkatkan *Word of Mouth* restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya secara signifikan.
7. Loyalitas memediasi secara parsial hubungan pengaruh Kepercayaan terhadap *Word of Mouth*. Loyalitas sebagai mediator berpengaruh signifikan terhadap *Word of Mouth*. Peningkatan kepuasan pelanggan akan meningkatkan *Word of Mouth* dari pelanggan restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian Ini walaupun sudah diupayakan secara optimal, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya mengambil sampel hanya dari 4 cabang restoran dari konsumen restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh konsumen restoran Hoka-Hoka Bento di Surabaya, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.

## **5.3. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa masih terdapat beberapa responden dengan kepercayaan yang rendah sebesar 0,681

hal ini terdapat pada pernyataan KPR1 dengan pernyataan “Makanan di Restoran Hoka-Hoka Bento adalah makanan yang berkualitas”. Oleh karena itu restoran Hoka-Hoka Bento disarankan untuk lebih memperbaiki kualitas makanan, rasa dan juga pasti manfaat dari makanan tersebut bagi kesehatan, sehingga bisa ditambah dengan variasi makanan sehat lainnya selain salad. Dan juga bias memberikan informasi kandungan atau manfaat pada setiap menu sehingga pelanggan lebih mengetahui pada setiap makana yang ditawarkan.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor lain yang dapat memperngaruhi keputusan pembelian dalam konteks lain yang dapat mempengaruhi kepercayaan dalam pelayanan, perusahaan maupun kualitas makanan yang dijual. Selain menggunakan media kuesioner dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya sebaiknya disertai dengan kuesioner maupun wawancara, sehingga data yang diperoleh lebih lengkap dan dapat mengurangi data yang bersifat subyektif.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Elrado. Molden. H, M. Kumadji & Yulianto. E. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2), 1–9.
- Emel Yildiz. 2017. Effects of Service Quality on Customer Satisfaction, Trust, Customer Loyalty and Word of Mouth: An Application on Cargo Companies in. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 6(12):81-88
- Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2016). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 9(1), 21–40.
- Wamafma, K.Ivana. 2017. Dampak Moderasi Emosi Positif pada Hubungan Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth Positif. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 11–20,
- Keller, K. 2015. *Marketing Management* (15th ed.). S.L: Mc.Graw-Hill
- Kuncoro, M. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (4th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Naeem, A, Muniba, L, Qurat, U-A, & Amna, A. 2016. The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty. *International Review of management and Business Research*. (September). 817–826.
- Rahmawati, Y. 2014. Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Word of Mouth Pada Pelanggan Honda Motor di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 15–30,

Rizanata, M. F. 2014. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret. *Businesses and Banking*, 4(1), 31–42,

Sarwono, J., & Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertas dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tripadvisor. <https://www.tripadvisor.co.id/>. 28 September 2018. Baca ulasan, Bandingkan harga dan pesan.

